

2-2 L'offre commerciale du Val de Rosselle répond aux besoins des consommateurs

Un schéma d'équipement commercial de la Moselle (SDEC) a été approuvé en date du 27 mai 2004. Sa durée de validité est de six ans, il peut être révisé à l'expiration d'une durée de trois ans (2007). Il n'a pas fait l'objet de révision à ce jour. Toutefois, ayant pris note du lancement des travaux pour l'élaboration du schéma de cohérence territoriale Val de Rosselle, l'ODEC indique que le Schéma départemental sera actualisé en fonction des orientations et des préconisations retenues dans ce document.

Le commerce en Moselle continue de croître mais de manière plus modeste que d'autres secteurs

Ainsi, sur 10 ans, on constate une tendance à la baisse de la part des créations dans les secteurs du commerce et de l'industrie au profit des services aux particuliers et aux entreprises.

Le commerce représente environ 47.000 emplois soit 13,4 % de l'emploi total dans le département.

87 % de cet effectif est salarié. Une étude de l'INSEE a montré que la croissance de l'emploi salarié consécutive au développement des grandes surfaces a plus que compensé les pertes d'emploi du petit commerce. Les grandes surfaces représentent aujourd'hui environ 60 % des employés du commerce de détail alimentaire.

Un équipement supérieur à celui des autres départements lorrains et à celui de la moyenne nationale dans tous les secteurs

Au 1er juin 2003, la Moselle comptait 978 établissements de plus de 300 m² pour une surface de vente de 1.187.267 m².

Rapportée à la population de 1999, il en ressort une densité commerciale de 1160 m² pour 1000 habitants. Ces densités sont de 927 m² pour 1000 habitants en moyenne nationale et de 1084 m² pour 1000 habitants en moyenne régionale.

Les densités commerciales alimentaires pour les magasins de plus de 300 m² sont de 368,90 m² pour 1000 habitants en Moselle, 359,20 m² pour la Lorraine et 287,60 m² pour la France

Dans le Bassin Houiller, l'offre commerciale en place répond aux besoins des consommateurs.

Cela parvient à limiter l'évasion tant sur Metz que sur l'Allemagne. Le bassin est ainsi organisé autour de Forbach et Saint-Avold.

Ainsi, le maillage des surfaces alimentaires est satisfaisant avec une offre diversifiée (hypermarchés, supermarchés et hard-discount). Il en est de même pour le secteur du bricolage et de la jardinerie.

A l'inverse, les consommateurs sont davantage tournés vers le bassin messin pour les achats d'équipement de la personne et dans une moindre mesure, pour ceux d'équipement de la maison.

Peu nombreuses, les enseignes de la culture et du loisir ne peuvent offrir aux consommateurs du bassin un choix satisfaisant (une seule surface de vente sur chaque grande agglomération du bassin).

L'apparition des Hard Discount en centre-ville précarise le commerce alimentaire de proximité traditionnel

L'évolution récente du commerce de centre-ville est marquée par l'apparition du hard-discounter qui jusque-là résidait en périphérie. Il tend à prendre la place du commerce de proximité. Sa qualité de services s'améliore. Il semble répondre aux besoins de consommation de populations modestes.

Phénomène lié, le commerce traditionnel qui en subit la concurrence se précarise et entraîne dans la dévalorisation des fonds de commerce en pied d'immeuble, une dévalorisation de l'immobilier dans son ensemble.

Un impact relativement faible de la situation frontalière sur le commerce local

D'une manière générale, les flux transfrontaliers sont faibles.

Les premières communes de l'Allemagne bénéficient d'une offre commerciale répondant aux besoins des consommateurs de ces zones, d'où une faible évasion commerciale en direction de la France.

Les grandes enseignes alimentaires parviennent à attirer un grand nombre de ses consommateurs pour les vins et eaux minérales, l'électronique.

Une modification récente de la réglementation allemande semble avoir contribué à diminuer les consommations de repas d'affaires des entreprises dans les restaurants français.

Autre phénomène constaté localement : les allemands résidant en France continuent pour beaucoup à consommer en Allemagne

Un bon niveau d'équipements et de services et surtout d'accessibilité à ces derniers

Selon la Base Permanente des Equipements de l'INSEE 2005, une part importante de la population a accès à une gamme étendue de services publics et privés dans sa commune de résidence (64 services sur 86).

Dans un rayon isochrone de 15 à 30 minutes, en sortant de sa commune de résidence pour certains, la quasi-totalité de la population a potentiellement accès à l'ensemble des 86 services de la BPE 2005.

On note cependant des indices de faiblesse (taux inférieur aux indices départementaux) dans l'équipement et l'accès à certains services de santé spécialisés.

LE COMMERCE DANS LE BASSIN HOUILLER

FORCES :

- Un équilibre commercial
- Une implantation des surfaces de vente équilibrée

FAIBLESSES :

- Une offre en équipement de la personne insuffisante.
- Une évasion commerciale vers Metz et le sillon mosellan et vers la Sarre.
- Un équipement commercial vieillissant

Deux projets de centres commerciaux d'envergure sont à l'étude (Farebersviller, Gaubiving). A ce jour, aucune demande en CDEC n'est déposée.

